

Модель вовлечения в процесс импортозамещения: маркетинговый подход

Екатерина Сергеевна Енина

Калининградский государственный технический университет, Калининград, Россия,
ekaterina.enina@klgtu.ru

Аннотация

Цель. Разработать маркетинговую модель вовлечения в процесс импортозамещения основных участников внутреннего российского рынка на основе концепции «импортного следа».

Задачи. Выявить основные подходы в изучении импортозамещения на основе анализа имеющихся в открытом доступе публикаций; проанализировать роль и назначение импортозамещения в современной российской экономике; обосновать необходимость массового приятия идей импортозамещения в России; дать описание показателя «импортный след» с позиций маркетингового инструмента вовлечения; сформулировать этапы процесса ускоренного вовлечения производственных предприятий в импортозамещение; предложить авторскую модель вовлечения основных участников национального рынка в процесс импортозамещения.

Методология. В процессе исследования использованы общенаучные методы познания, а также информация из открытых источников.

Результаты. На основе анализа публикаций из открытых источников выявлено три основных подхода в изучении импортозамещения: с позиций государственного управления и регулирования национальной экономики, в русле производственного менеджмента, в различных отраслях народного хозяйства. Составлена экономическая ветка в иерархической схеме формирования полного государственного суверенитета, позволяющая понять роль и назначение импортозамещения в современной российской экономике. Введен показатель «импортный след» для произведенного в России товара, отражающий процент от себестоимости, который приходится на импортные сырье, компоненты, оборудование. Сформулировано 11 этапов авторского видения процесса ускоренного вовлечения производственных предприятий в импортозамещение. Предложена модель вовлечения основных участников национального рынка в процесс импортозамещения на базе продвижения идеи «импортного следа».

Выводы. В современном российском обществе отсутствует всеобщее приятие провозглашенного правительством импортозамещения. Предложенная маркетинговая модель массового вовлечения основных участников национального рынка в исследуемый процесс позволила бы в сжатые сроки сформировать моду и устойчивый спрос на отечественную продукцию внутри страны, которые совместно с системой стимулирующих мер способствовали бы повсеместному добровольному участию российского бизнеса в импортозамещении, достижению научно-технологического и экономического суверенитета России.

Ключевые слова: импортозамещение, «импортный след», маркетинговая модель вовлечения в импортозамещение, спрос на отечественную продукцию, экономический суверенитет

Для цитирования: Енина Е. С. Модель вовлечения в процесс импортозамещения: маркетинговый подход // *Экономика и управление*. 2022. Т. 28. № 9. С. 905–911. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-9-905-911>

Model of involvement in import substitution: A marketing approach

Ekaterina S. Enina

Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia, ekaterina.enina@klgtu.ru

Abstract

Aim. The presented study aims to develop a marketing model for involving major participants of the Russian domestic market in the process of import substitution based on the concept of 'import footprint'.

Tasks. The authors identify major approaches to investigating import substitution based on the analysis of publicly available articles; analyze the role and purpose of import substitution in the modern Russian economy; substantiate the need for widespread acceptance of the ideas of import substitution in Russia; describe the 'import footprint' indicator as a marketing tool to facilitate involvement; identify the stages of the accelerated involvement of manufacturing enterprises in import substitution; propose an original model for involving major participants of the national market in import substitution.

Methods. This study uses general scientific methods of cognition and information from open sources.

Results. Based on the analysis of publications from open sources, three main approaches to investigating import substitution are identified: from the perspective of public administration and national economic regulation, in terms of production management, in different sectors of the national economy. An economic branch has been developed in the hierarchy of formation of full national sovereignty, making it possible to understand the role and purpose of import substitution in the modern Russian economy. The 'import footprint' indicator is introduced for goods produced in Russia, reflecting the percentage of the cost price that accounts for imported raw materials, components, and equipment. Eleven stages composing the authors' vision of the process of accelerated involvement of manufacturing enterprises in import substitution are formulated. A model for involving major participants of the national market in import substitution by promoting the idea of 'import footprint' is proposed.

Conclusions. In modern Russian society, there is no universal acceptance of import substitution proclaimed by the government. The proposed marketing model of mass involvement of major participants of the national market in the examined process would make it possible to rapidly make domestic products popular and demanded within the country, which, together with a system of incentive measures, would facilitate the widespread voluntary participation of Russian businesses in import substitution and the achievement of Russia's scientific, technological, and economic sovereignty.

Keywords: *import substitution, import footprint, marketing model of involvement in import substitution, demand for domestic products, economic sovereignty*

For citation: Enina E.S. Model of involvement in import substitution: A marketing approach. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2022;28(9):905-911. (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-9-905-911>

Вопрос импортозамещения неоднократно поднимался и обсуждался в советский и российский периоды развития нашей страны. Однако в 2022 г. он особенно актуален, поскольку тесно увязан с вопросами национальной безопасности и государственного суверенитета. Проводимое в России импортозамещение с 2022 г. приобрело более яркую окраску вынужденности ввиду агрессивности по отношению к нашей стране целого ряда государств, попавших в список недружественных, многие из которых ранее являлись поставщиками товаров на территорию Российской Федерации (РФ),

а также ввиду прекращения поставок рядом компаний из дружественных стран из-за боязни вторичных западных санкций. Подобная ситуация подталкивает нашу страну к ускоренному импортозамещению, на которое Президентом РФ отведено полтора-два года [1].

Это означает, что в сжатые сроки производственные предприятия в ключевых сферах российской экономики должны научиться производить продукцию на основе собственных разработок. Для отечественных производителей должны быть созданы рыночные условия, благоприятствующие

и подталкивающие к импортозамещению. Речь идет прежде всего о моде и спросе на отечественную продукцию со стороны конечных потребителей, а также заинтересованности торговых предприятий в реализации именно российских товаров. Формирование в России таких условий и относительно быстрое вовлечение в импортозамещение всех участников национального рынка видится возможным при грамотном использовании инструментов маркетинга. С учетом этого выбранная тема исследования представляется особенно актуальной.

Импортозамещение служит объектом исследования для многих отечественных и зарубежных экономистов. Анализ имеющихся в открытом доступе публикаций российских авторов позволяет выделить следующие ключевые подходы к изучению импортозамещения:

– рассмотрение импортозамещения с позиций государственного управления и регулирования национальной экономики (включая управление развитием промышленности страны в целом) — к этому подходу можно отнести труды российских ученых А. В. Абрамова, Р. А. Бурко, Д. Н. Зайцева, П. А. Кадочникова, А. В. Титова и др.;

– рассмотрение импортозамещения в русле производственного менеджмента с позиций реализации стратегии импортозамещения на российских промышленных предприятиях — в данном направлении можно выделить работы О. В. Бабич, О. С. Белокрыловой, Е. И. Бондаренко, Е. Н. Назарчук и др.;

– рассмотрение импортозамещения в различных отраслях народного хозяйства — в этом направлении интерес представляют труды А. М. Семенова, Н. А. Сучковой, В. К. Фальцмана и др.

В рамках перечисленных подходов к изучению импортозамещения внимание, как правило, уделено производственным предприятиям, а торговые предприятия и конечные потребители продукции упоминаются нечасто. В настоящей статье нами сделана попытка объединения знаний в таких традиционных для импортозамещения научных направлениях, как государственное регулирование и производственный менеджмент, с маркетингом.

Первоначально проанализируем роль, отводимую импортозамещению в нашей стране сегодня, и его назначению. Вектор развития современной России направлен в сторону

достижения полного государственного суверенитета, то есть полной самостоятельности в принятии решений по любым вопросам функционирования страны. До недавнего времени выделяли пять главных суверенитетов: территориальный, дипломатический, военный, экономический и культурный. Одновременное их наличие есть обязательное условие существования полного государственного суверенитета [2, с. 9–10].

Экономическая направленность настоящей статьи подталкивает к рассмотрению экономического суверенитета, под которым понимается «развитие экономики и производства, достаточное для обеспечения своими силами дальнейшего развития страны» [2, с. 10]. В качестве одной из первоочередных задач при формировании экономической самостоятельности Президентом России В. В. Путиным поставлено достижение научно-технологического суверенитета, то есть такого уровня знаний, который позволил бы ключевым отраслям экономики выпускать конкурентоспособную продукцию на территории страны силами российских инженеров и рабочих, а в перспективе на отечественных комплектующих производить и сырье.

Интересным видится мнение профессора В. К. Фальцмана, который под технологическим суверенитетом понимает «способность того или иного вида экономической деятельности обеспечить народное хозяйство своей продукцией надлежащего качества, пусть даже за счет импортных поставок, но при обязательном условии возмещения импортных затрат за счет поступлений от реализации собственного экспорта» [3, с. 83–84]. При этом для каждой отрасли экономики будет существовать собственный технологический суверенитет, к максимизации которого эта отрасль и будет стремиться в своем развитии и на достижение которого будет нацеливать соответствующие производственные предприятия.

В свою очередь, научно-технологической самостоятельности возможно достичь за счет импортозамещения, производства конкурентоспособной отечественной продукции и несырьевого экспорта [3, с. 85]. В рамках нашего исследования речь пойдет об импортозамещении как об одном из инструментов государственной экономической политики, призванном обеспечить частные технологические суверенитеты и через них экономическую самостоятельность и пол-



Рис. 1. Экономическая ветка в иерархической схеме формирования полного государственного суверенитета
 Fig. 1. Economic branch in the hierarchy of formation of full national sovereignty

ный государственный суверенитет, что отражено на рисунке 1.

Импортозамещение не является самоцелью, оно призвано создавать условия для решения целей более высокого уровня, будучи промежуточным этапом на пути достижения полного государственного суверенитета. На правительственном уровне в России осуществляется огромное количество усилий по реализации стратегии импортозамещения. Это — программы развития промышленных отраслей, создание специализирующихся на импортозамещении институтов (комиссий, ведомств), государственная поддержка отечественного производства, стимулирующие меры для национальных производителей, ограничительные меры в отношении импорта на территорию страны и многое другое.

Запущенный российским правительством процесс импортозамещения имеет определенные успехи в производстве продовольствия: частично сократился импорт в животноводстве, наблюдается положительная динамика в растениеводстве. Однако необходимые для сельского хозяйства семена и техника закупает за рубежом. По результатам расчетов ученых из Высшей школы экономики (ВШЭ), в непродовольственной рознице в среднем 75 % товаров приходится на импорт [4]. Промышленность в России продолжает пока оставаться импортозависимой. Практически все внутреннее отечественное производство,

за редким исключением, осуществляется с применением импортного оборудования, комплектующих, сырья.

На уровне бизнеса полного приятия идеи импортозамещения не происходит. Проведенный институтом бизнес-омбудсмена Б. Ю. Титова и экспертами Института экономики роста имени П. А. Столыпина опрос среди руководителей и владельцев российских предприятий показал, что 65 % опрошенных (большая часть из которых занимается торговлей) не готовы заниматься импортозамещением [5]. Таким образом, значимая часть российского бизнеса, несмотря на призывы правительства, не разделяет идеи импортозамещения, что является значительной проблемой на пути промышленного развития РФ.

В этой связи основной задачей при реализации политики импортозамещения видится массовое вовлечение и заинтересованность всех участников национального рынка в процессе создания отечественной продукции. Необходимо массовое приятие идеи достижения технологического суверенитета через процесс импортозамещения. Решение указанной задачи прослеживается, по нашему мнению, в сфере маркетинга, то есть в разработке модели массового вовлечения российских производственных и торговых предприятий, а также конечных потребителей в процесс импортозамещения.

Понятие вовлечения само по себе имеет маркетинговую коммуникационную природу. Поэтому логично предположить, что при создании модели вовлечения в импортозамещение можно провести параллели с созданием модели вовлечения в бренд. Для разработки модели вовлечения в процесс импортозамещения введем такой показатель, как «импортный след». Идея такого показателя возникла вследствие того, что большинство товаров, производимых в России, создаются с использованием импортной техники, комплектующих или сырья, и часть их стоимости, порой немалая, создается за счет импорта. Иными словами, «импортный след» для произведенного товара — это процент от его себестоимости, приходящийся на импортные сырье, компоненты, оборудование.

Чем ниже «импортный след» в отечественных товарах, тем больше и глубже производящие их предприятия вовлечены в процесс импортозамещения, тем большую самостоятельность и независимость приобретает российская экономика. «Импортный след» предлагается рассчитывать для всех товаров, произведенных на территории РФ. В перспективе в России станет модным покупать товары, у которых рассчитан «импортный след».

С позиций маркетинга «импортный след» следует воспринимать как своеобразный инструмент вовлечения в бренд. Квинтэссенцией любого бренда выступает его суть, то есть набор ценностей, преимуществ, неких смыслов, которые предлагают потребителям [6, с. 72]. Применительно к настоящему исследованию под потребителями подразумеваются:

1) отечественные производственные предприятия, которым предлагается рассчитать «импортный след» в производимой продукции и получить документ, удостоверяющий процент импорта в производстве и одновременно подтверждающий участие организации в повсеместном импортозамещении, а также причастность к формированию технологического и экономического суверенитетов РФ;

2) отечественные торговые предприятия, которые будут мотивированы на реализацию отечественной продукции и через это будут иметь репутацию социально ответственных компаний;

3) конечные российские потребители, предъявляющие спрос на отечественную продукцию за счет следования модным тен-

денциям «на все русское» и ощущающие себя патриотично настроенными, помогающими своей стране гражданами.

От использования бренда у потребителей должны возникать как минимум два вида выгод: рациональные и эмоциональные. В нашем случае рациональными будут прежде всего экономические выгоды — выплаты, налоговые льготы и др., а эмоциональными — главным образом репутационные выгоды, то есть образ патриотичной, социально ответственной организации/гражданина, прозрачность, честность и т. д.

Для вовлечения в процесс импортозамещения первой группы потребителей (отечественных производственных предприятий) им необходимо получить выгоды, бонусы за снижение «импортного следа», чтобы был существенный экономический и репутационный стимул достичь нулевой отметки данного показателя. Предлагаются следующие этапы процесса ускоренного вовлечения производственных предприятий в импортозамещение:

1. Создание инициативной группы из числа научных работников, представителей министерств и производителей из различных отраслей.

2. Разработка инициативной группой методики определения «импортного следа» для продукции отечественных производителей по отраслям.

3. Разработка инициативной группой системы мотивирующих мер для российских производственных предприятий в зависимости от величины «импортного следа».

4. Дизайнерское оформление разъясняющих материалов, создание презентационного электронного и печатного материала по отраслям.

5. Информационная офлайн- и онлайн-рассылка презентационного материала всем производственным предприятиям различных отраслей.

6. Создание сайта с размещением информации, связанной с «импортным следом». Регулярно следует заниматься продвижением этого сайта и всех участников проекта «импортный след».

7. Создание интернет-коммуникационной кампании с предложением производственным предприятиям пройти бесплатную процедуру расчета «импортного следа» на созданном сайте и выдачей соответствующих сертификатов, подтверждающих величину «импортного следа».

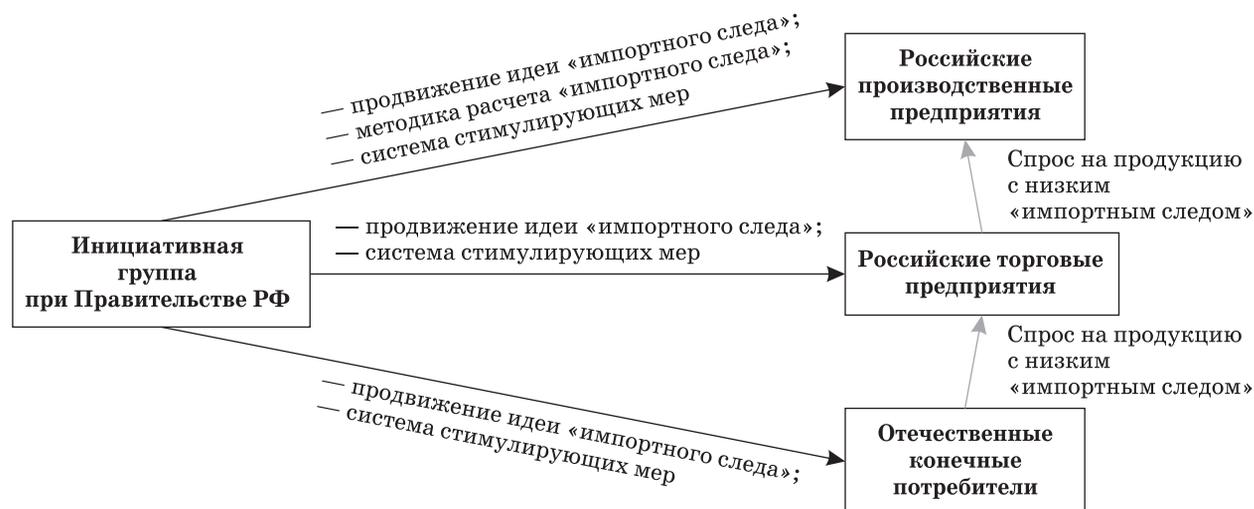


Рис. 2. Модель вовлечения основных участников национального рынка в процесс импортозамещения
 Fig. 2. Model for involving major participants of the national market in import substitution

8. Формирование эффективной системы обратной связи с отечественными производственными предприятиями, торговыми предприятиями и потребителями. Предлагаем размещать на российской продукции специальные *QR*-метки, позволяющие любому торговому предприятию и покупателю увидеть актуальную величину «импортного следа». При надлежащем информационном освещении в России должно стать модным покупать товары с низким «импортным следом». Покупка товаров с меткой должна быть выгодной за счет предлагаемых стимулирующих мер торговым предприятиям и за счет возврата части стоимости покупателю. Чем ниже величина «импортного следа» купленного товара, тем больше, соответственно, размер стимулирующих мер и возвращенных средств. Подобная система в конечном счете направлена на стимулирование отечественных производителей в целях создания товаров с низким «импортным следом».

9. Создание реестра (или рейтинга) производственных предприятий, получивших специальные сертификаты на свою продукцию с указанием величины «импортного следа». Размещение реестра на сайте. Возможность перехода с реестра на сайт соответствующего производственного предприятия.

10. Встройка каждого производственного предприятия из реестра в систему мотивирующих мер (пункт 3) и получение соответствующих размеру «импортного следа» продукции льгот, бонусов и др.

11. Повторное прохождение процедуры расчета «импортного следа». Планируется, что расчет должен проводиться не реже одного

раза в год или по запросу производственного предприятия в случае изменения величины «импортного следа». Поощряться должны предприятия с уменьшающимся в динамике «импортным следом», а если изменений в динамике не будет, то предприятию не будут предоставлены мотивирующие меры. Повышение «импортного следа» будет грозить предприятию исключением из реестра.

Вовлечение в процесс импортозамещения второй и третьей групп потребителей взаимосвязаны. Для конечных отечественных потребителей силами этой же инициативной группы, о которой речь шла в статье ранее, предлагается создать моду на отечественную продукцию с низким «импортным следом», которая может быть подкреплена экономической выгодой в виде полюбившегося населению возврата части стоимости (кешбэка). Цель подобных мер инициативной группы — формирование устойчивого внутреннего спроса на отечественную продукцию. Он, в свою очередь, подстегнет российские торговые предприятия продавать трендовую отечественную продукцию с наличием метки «импортного следа».

Таким образом, формируется модель вовлечения основных участников национального рынка в импортозамещение, как видно на рисунке 2.

Ускоренное вовлечение российских производителей в процесс импортозамещения видится возможным не только при воздействии на них со стороны Правительства РФ, но и при одновременном правительственном воздействии на отечественные торговые предприятия и отечественных потре-

лей. Только комплексные меры сформируют в России спрос на отечественную продукцию с низким «импортным следом», наличие которого будет стимулировать российских производителей создавать в дальнейшем продукцию с минимально возможным «им-

портным следом». В таких условиях произойдет естественное приятие импортозамещения всеми участниками внутреннего российского рынка: первый шаг на пути достижения научно-технологического, а через него и экономического суверенитета РФ.

Список источников

1. Лазарева Е. Путин показал, когда Россия снизит зависимость от импорта // Ura.ru. 2022. 18 мая. URL: <https://ura.news/articles/1036284606> (дата обращения: 17.08.2022).
2. Стариков Н. В. Национализация рубля – путь к свободе России. СПб.: Питер, 2014. 336 с.
3. Фальцман В. К. Технологические суверенитеты России. Статистические измерения // Современная Европа. 2018. № 3. С. 83–91. DOI: 10.15211/soveurope320188391
4. Соловьева О. Россия сохраняет высокую зависимость от импорта // Независимая газета. 2021. 16 ноября. URL: https://www.ng.ru/economics/2021-11-16/1_8302_import.html (дата обращения: 17.08.2022).
5. Результаты мониторинга «О влиянии санкционных ограничений и адаптации бизнеса» // Институт экономики роста имени П. А. Столыпина. 2022. 6 апреля. URL: <https://stolypin.institute/research/our/rezultaty-monitoringa-o-vliyanii-sankcionnyh-ogranichenij-i-adaptacij-biznesa> (дата обращения: 17.08.2022).
6. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2002. 352 с.

References

1. Lazareva E. Putin showed when Russia will reduce dependence on imports. URA.RU. May 18, 2022. URL: <https://ura.news/articles/1036284606> (accessed on 17.08.2022). (In Russ.).
2. Starikov N.V. Nationalization of the ruble is the path to the freedom of Russia. St. Petersburg: Piter; 2014. 336 p. (In Russ.).
3. Faltsman V.K. Technological sovereignties of Russia. Statistical measurements. *Sovremennaya Evropa = Contemporary Europe*. 2018;(3):83-91. (In Russ.). DOI: 10.15211/soveurope320188391
4. Solov'eva O. Russia remains highly dependent on imports. *Nezavisimaya gazeta*. Nov.16, 2021. URL: https://www.ng.ru/economics/2021-11-16/1_8302_import.html (accessed on 17.08.2022). (In Russ.).
5. Results of the monitoring “On the impact of sanctions restrictions and business adaptation”. Stolypin Institute for the Economy of Growth. Apr. 06, 2022. URL: <https://stolypin.institute/research/our/rezultaty-monitoringa-o-vliyanii-sankcionnyh-ogranichenij-i-adaptacij-biznesa> (accessed on 17.08.2022). (In Russ.).
6. Domnin V.N. Branding: New technologies in Russia. St. Petersburg: Piter; 2002. 352 p. (In Russ.).

Сведения об авторе

Екатерина Сергеевна Енина

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

Калининградский государственный технический университет

236022, Калининград, Советский пр., д. 1

Поступила в редакцию 22.08.2022
Прошла рецензирование 08.09.2022
Подписана в печать 26.09.2022

Information about Author

Ekaterina S. Enina

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management

Kaliningrad State Technical University

1 Sovetskiy Ave., Kaliningrad 236022, Russia

Received 22.08.2022
Revised 08.09.2022
Accepted 26.09.2022

Конфликт интересов: автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the author declares no conflict of interest related to the publication of this article.